

## Research Article

# Assessment of Experiential Tourism Development Capacity in Nomadic Areas (Case Study : Nomads of Izeh County)

Razieh shahpari<sup>1</sup>, Ali Hajinejad<sup>2\*</sup>, Mehdi Hesam<sup>3</sup>

<sup>1</sup> M.A. in Geography and rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.

<sup>3</sup> Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran.

\* Corresponding Author, [ahajinejad@guilan.ac.ir](mailto:ahajinejad@guilan.ac.ir)

Receive Date: 19 April 2026

Accept Date: 02 July 2026

## ABSTRACT

**Introduction:** Since Introduction: nomadic tourism as one of the new approaches to tourism, emphasizing the active participation of tourists in cultural, social and environmental experiences can play an important role in sustainable development of nomadic areas.

**Objectives:** the purpose of this study is to investigate and evaluate the potentials of tourism development in the nomadic areas of izeh city.

**Methodology:** this research is an applied research in terms of purpose and is descriptive - analytic. Required data were collected through documentary studies, observations and questionnaires. The population of the study includes nomads in the study areas and experts in the field of tourism and development of nomadic areas.

**Geographical territory of research:** the study area is nomadic areas of Izeh County.

**Findings and Discussion:** the findings indicate that in all indicators the participants have a high score of 3, which shows that they have a positive view on the different aspects of the subject. Also based on Friedman test, immersion index has the highest rank.

**Conclusion:** the results show that factors such as cultural diversity, customs, nomadic tribes, natural landscapes, hospitality local community and possibility of participation in nomadic activities are the most important capacities of tourism development in the region. In contrast, infrastructure weakness, lack of education, lack of integrated planning and management constraints are the main challenges for developing this type of tourism.

**KEYWORDS:** Capacity Assessment, Nomadic Tourism, Experiential Tourism, Izeh County

## بررسی ظرفیت توسعه گردشگری تجربه‌گرا در نواحی عشایری (مطالعه موردی: عشایر شهرستان ایزه)

راضیه شهپری<sup>۱</sup>، علی حاجی نژاد<sup>۲\*</sup>، مهدی حسام<sup>۳</sup>

۱. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۲. دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۳. دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

\* نویسنده مسئول، Email: ahajinejad@guilan.ac.ir

تاریخ دریافت: ۳۰ فروردین ۱۴۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۱ تیر ۱۴۰۵

### چکیده

**مقدمه:** گردشگری عشایر به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین گردشگری، با تأکید بر مشارکت فعال گردشگر در تجربه‌های اصیل فرهنگی، اجتماعی و محیطی، می‌تواند نقش مهمی در توسعه پایدار نواحی عشایری ایفا کند.

**هدف پژوهش:** هدف از این پژوهش، بررسی و ارزیابی ظرفیت‌های توسعه گردشگری تجربه‌گرا در نواحی عشایری شهرستان ایزه است. **روش‌شناسی:** این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است. داده‌های موردنیاز از طریق مطالعات اسنادی، مشاهدات میدانی و پرسش‌نامه گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش شامل عشایر ساکن نواحی مورد مطالعه و کارشناسان مرتبط با حوزه گردشگری و توسعه نواحی عشایری می‌باشد.

**قلمرو جغرافیایی:** منطقه مورد مطالعه نواحی عشایری شهرستان ایزه می‌باشد.

**یافته‌ها و بحث:** یافته‌ها نشان می‌دهد که در همه شاخص‌ها شرکت‌کنندگان نمره بالای ۳ داده‌اند که نشان می‌دهد آن‌ها به جنبه‌های مختلف موضوع مورد بررسی دیدگاه مثبتی دارند. همچنین بر اساس آزمون فریدمن، شاخص غوطه‌وری بالاترین رتبه را دارا است.

**نتیجه‌گیری:** نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عواملی مانند تنوع فرهنگی، آیین‌ها، آداب و رسوم عشایری، مناظر طبیعی، مهمان‌نوازی جامعه محلی و امکان مشارکت در فعالیت‌های روزمره عشایری، از مهم‌ترین ظرفیت‌های توسعه گردشگری تجربه‌گرا در منطقه به شمار می‌روند. در مقابل، ضعف زیرساخت‌ها، کمبود آموزش، نبود برنامه‌ریزی منسجم و محدودیت‌های مدیریتی از جمله چالش‌های اساسی توسعه این نوع گردشگری هستند.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری، گردشگری عشایر، گردشگری تجربه‌گرا، شهرستان ایزه.

## مقدمه

امروزه گردشگری یکی از بخش‌هایی است که به سرعت در سراسر جهان در حال رشد می‌باشد (Lin, et al, 2021). در این میان گردشگری تجربه‌گرا، تأثیر مثبت و فزاینده‌ای بر توسعه ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع میزبان داشته است. این رویکرد با تمرکز بر ارائه تجربیات عمیق و مشارکتی به گردشگران، به تقویت هویت فرهنگی، ارتقاء مشارکت اجتماعی و توسعه پایدار اقتصادی در مقاصد گردشگری کمک می‌کند (Faumuina, 2024). گردشگری تجربه‌گرا رویکردی مبتنی بر تجربیات معتبر، غنی‌کننده و متحول‌کننده برای گردشگران با مکان بازدید شده و جامعه محلی است (Dimitrova, 2023). گردشگری تجربه‌گرا به عنوان یک تغییر الگوی حیاتی ظهور کرده است و ارزش‌آفرینی در صنعت گردشگری را به تعاملات عاطفی فراگیر تغییر داده است (Arabe et al, 2026). در گردشگری تجربه‌گرا انواع فعالیت‌ها به نمایش گذاشته می‌شود و گردشگر سبک جدیدی از زندگی را تجربه می‌کند (Yu et al, 2019). به یادماندنی بودن، برای ماهیت تجربه گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است. گردشگران می‌توانند در تمام تجربیات گردشگری سرگرمی داشته باشند، اما هر تجربه‌ای نمی‌تواند فراموش‌نشده یا به یادماندنی باشد. یادآوری تجربه بسیار مهم است؛ زیرا تنها تجربیاتی که به یاد آورده می‌شوند می‌توانند در تصمیم‌گیری آینده گردشگران تأثیر بگذارد. کیم و همکاران (۲۰۱۲) این مفهوم را عملیاتی کردند و شش بعد (لذت‌گرایی، شادابی، فرهنگ محلی، دانش، مشارکت و تازگی) را شناسایی کردند (Kuster, et al, 2024). این نوع گردشگری بر مشارکت فعال و معنادار با فرهنگ و محیط مقصد تأکید دارد و معمولاً از طریق تجربیات ساختاریافته‌ای که توسط اپراتورهای گردشگری تسهیل می‌شود، ارائه می‌گردد (Martinez, 2025). همچنین با توجه به تقاضای روزافزون گردشگران برای گردشگری تجربه‌گرا روزه‌روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود و مدیران و سایت‌های فرهنگی به دنبال راهی جدید برای افزایش گردشگران خود هستند (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰). در این زمینه استفاده از ابزارهای جدید فناوری دیجیتال به همراه راعایت اصول پایداری، نقش مهمی در توسعه گردشگری تجربه‌گرا دارد (Jokom et al, 2025). گردشگری تجربه‌گرا به عنوان جست‌وجوی اصالت، یا تلاش برای فرار از دنیای بیگانه تلقی می‌شود (فرهادی یونکی، ۱۴۰۲). گردشگری تجربه‌گرا یک فرایند پویای مشارکت گردشگران در فعالیت‌هاست. تجربه در گردشگری، اصالتاً به منظور یافتن غافلگیری‌ها یا دنیاهای کم‌تر تجربه‌شده، جست‌وجوی ماجراجویی و شرکت داشتن در رویدادهاست، مشاهدات و احساسات را در بر می‌گیرد و هر دو را به صورت معنادار به ذهن منتقل می‌کند (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹). تجربیات گردشگری به یادماندنی ساخته شده و باید آن را اتفاقی غیر معمول تلقی کرد که واکنش‌های عاطفی شدیدی را ایجاد و حس هماهنگی کامل با جهان را فراهم می‌کند؛ بنابراین یک تجربه به یادماندنی دارای ابعادی چند حسی است و با احساس نشاط، حس مثبت، لحظات خودشناسی و معنی‌دار همراه است (Wu et al, 2022). گردشگری تجربه‌گرا یک فرایند مداوم است که به بازدیدکنندگان این امکان را می‌دهد که با ایفای نقشی فعال قبل، حین و بعد از بازدید از یک مقصد، تجربه‌ای مثبت ایجاد کنند (Liang, 2022).

هر مقصد گردشگری می‌تواند از جذابیت‌های خود در راستای ایجاد و تقویت گردشگری تجربه‌گرا استفاده کند. یکی از این جذابیت‌ها که ویژگی و پتانسیل ارزشمندی دارد، میراث فرهنگی ناملموس عشایری است. جامعه عشایری به عنوان یکی از مهمترین جوامع بشری دارای پتانسیل‌های متنوعی در حوزه گردشگری هستند (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۴). تمام اجزای زندگی و معیشت عشایر، یک ظرفیت و منبع برای گردشگری محسوب می‌شود (میرتقیان رودسری، ۱۴۰۱). مناطق عشایری به عنوان یک میراث فرهنگی شامل ویژگی‌های خاصی هستند، مانند آداب و رسوم مربوط به کوچ‌نشینی، نوع کوچ، موسیقی محلی، زبان‌های بومی و ارزش‌های اخلاقی است. این عناصر نه تنها نشان‌دهنده هویت فرهنگی جامعه عشایری هستند، بلکه می‌توانند تجربه‌ای اصیل و تعاملی برای گردشگران فراهم کنند. میراث فرهنگی ناملموس به همراه خلاقیت می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در توسعه گردشگری تجربه‌گرا عمل کند و فرصت‌هایی برای خلق ارزش افزوده و جذب گردشگر فراهم کند (Saeed et al, 2024). گردشگری عشایر با وجود ظرفیت‌های فراوان با محدودیت‌های متعددی مواجه است. از جمله کمبود زیرساخت‌های اساسی مانند راه‌های دسترسی، امکانات اقامتی و خدمات بهداشتی موجب افزایش هزینه سفر و کاهش جذابیت مقصد می‌شود. همچنین، ضعف بازاریابی و معرفی ناکافی جاذبه‌های عشایری باعث ناشناخته ماندن این نوع گردشگری شده است (Alma, et al, 2022). مفهوم گردشگری عشایری مبتنی بر تحرک است، به بازدیدکنندگان اجازه می‌دهد تا تجربیات منحصر به فردی از جابجایی از یک مکان به مکان دیگر داشته باشند (Lindwati et al, 2021). اساس گردشگری عشایر بر پایه محیط‌زیست، فعالیت‌های

<sup>1</sup> Kim, et al, (2012)

روزمهری معیشت عشایری و فرهنگ مختص جامعه‌ی عشایری است که زمینه‌ی تفریح و کسب تجربه‌ای متفاوت را برای گردشگران فراهم کرده و برای جامعه‌ی محلی موجب، کسب درآمد بیشتر، اشتغال‌زایی، آشنایی با فرهنگ‌های دیگر و ... می‌شود. این موارد نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی قوی بین گردشگری عشایری با توسعه پایدار است. توسعه پایدار گردشگری عشایری سبب احیای فرهنگ‌های محلی و سنتی، تشویق فعالیت‌های جمعی، افزایش درآمد، افزایش منابع جدید درآمدی، حفظ محیط طبیعی، فرهنگی و اجتماعی مناطق عشایر نشین شده و از مهاجرت به مناطق دیگر جلوگیری خواهد کرد (نعمتی و همکاران، ۱۴۰۰). گردشگری عشایری سبک جدیدی از گردشگری است که در آن گردشگران می‌توانند با استفاده از امکانات قابل حمل مدتی را در یک جاذبه گردشگری اقامت کنند (Sari, et al, 2022). گردشگری عشایری رویکردی جدید در مراتع بوده و در سال‌های اخیر مطرح شده است؛ و در محیط‌های وابسته به قلمرو عشایر انجام می‌شود و بازدید از جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با زندگی عشایری و جاذبه‌های طبیعی موجود در منطقه ییلاقی-قشلاقی عشایر مد نظر گردشگر است (زارعی و همکاران، ۱۴۰۴). گردشگران عشایر بنا بر تعریف، زائران پسامدرنی هستند که اصالت معنایی خود را در چشم‌اندازهای فرهنگی مناطق عشایری جست‌وجو می‌کنند. در این راستا چند رویکرد مدنظر است؛ نخست گردشگری عشایری به‌عنوان راهبرد احیاء نواحی عشایری که در آن از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل، درصد متحول نمودن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آن‌ها برمی‌آیند و آن را تنها راه احیاء مجدد این نواحی می‌دانند که توانایی استفاده هم‌زمان از منابع انسانی و طبیعی راه به همراه ایجاد درآمد و افزایش رفاه زندگی ساکنان این نواحی دارا هستند. دیدگاه دوم محتاطانه‌تر و دارای فرایند برنامه‌ریزی یکپارچه است که فرصت‌هایی را برای به حداقل رساندن آثار منفی و به حداکثر رساندن آثار مثبت فراهم می‌کند (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱). کار بر روی اقتصاد تجربه، یکی از اولین نقاط ورود به درک گردشگری تجربه‌گرا و خلاقیت است. گردشگری تجربه‌گرا، گردشگران را قادر می‌سازد تا از تجربیات تعاملی در مقایسه با دیگر انواع گردشگری، به‌طور فعالانه به دنبال بهبود خود باشند (chen et al, 2020). گردشگری تجربه‌گرا به‌عنوان مشارکت غوطه‌ورانه و فعال تعریف می‌شود که نقطه مقابل آن سرگرمی است. با این نوع تجربه، جدایی از محیط روزمره (خانه و محل کار) و غوطه‌ور شدن در محیطی کاملاً جدید که می‌تواند ابعاد کاملاً اجتماعی داشته باشد وجود دارد؛ که گردشگران به‌صورت داوطلبانه مشغول به تجربیات متفاوت می‌شوند (Terziyska, 2024). بسیاری از محققان گردشگری تجربه‌گرا را راهکاری مناسب برای توسعه اقتصاد-اجتماعی جوامع محلی می‌دانند (بروجنی و همکاران، ۱۳۹۵). گردشگری تجربه‌گرا مزایای اجتماعی فراتر از تأثیر اقتصادی به همراه دارد (Sotomayor, et al, 2019). گردشگری تجربه‌گرا درآمد اضافی را برای جوامع محلی فراهم می‌آورد که شغل اصلی‌شان در حوزه کشاورزی و دامداری است. گردشگری تجربه‌گرا می‌تواند به‌عنوان یکی از گزینه‌ها برای توجه به فقر، اشتغال و طرح‌های اقتصادی متنوع و درنهایت بهبود کیفیت زندگی عشایری در نظر گرفته شود؛ همچنین، به همان اندازه که به حفظ هویت فرهنگی و تاریخ منطقه کمک می‌کند، حفظ محیط‌زیست را هم لحاظ می‌کند (کریم زاده و همکاران، ۱۴۰۲). همچنین گردشگری تجربه‌گرا باعث تعامل بین گردشگران و افراد محلی، مدت اقامت و روابط با مردم محلی، ایجاد وفاداری و قصد بازگشت را بهبود و توسعه می‌دهد. علاوه بر این مراجعه‌ی مکرر به فعالیت‌های خاطره‌انگیز مربوط به فرهنگ محلی کمک می‌کند؛ و این تجربیات خاطره‌انگیز باعث افزایش و رضایت گردشگران می‌شود، به‌طور کلی رشد گردشگری تجربه‌گرا باعث توسعه‌ی اقتصاد مقصد می‌شود، تأثیر مثبتی بر جذابیت مقصد می‌گذارد و هنگام بازدید گردشگران از مقصد به تجربه مثبت کمک می‌کند. همچنین باعث خلاقیت در گردشگری تقویت مزیت رقابتی و اعتبار مقصد گردشگری می‌شود (پورسعید و همکاران، ۱۴۰۰).

این نوع گردشگری مزایای متعددی دارد از جمله: ۱- حفظ و ترویج میراث فرهنگی، گردشگری عشایری نقش مهمی در حفظ و انتقال میراث فرهنگی ناملموس جوامع عشایری دارد. از طریق نمایش آداب‌ورسوم، صنایع‌دستی و دانش سنتی، این نوع گردشگری موجب احیای فرهنگ‌های در حال فراموشی و انگیزه‌بخشی به نسل‌های جوان برای حفظ هویت فرهنگی می‌شود. ۲- توانمندسازی اقتصادی جوامع عشایری، این گردشگری درآمد مستقیم و پایداری را برای عشایر فراهم می‌آورد، از طریق ارائه خدمات اقامتی، راهنمایی، فروش صنایع‌دستی و اجرای برنامه‌های فرهنگی. ۳- پایداری محیط‌زیستی، شیوه‌های زندگی عشایری به‌طور سنتی مبتنی بر مدیریت پایدار منابع طبیعی است. گردشگری عشایری با ترویج سفرهای کم‌تأثیر و ارتقای آگاهی زیست‌محیطی به حفظ تنوع زیستی و زیستگاه‌ها کمک می‌کند. ۴- تقویت همبستگی اجتماعی و غرور جمعی تعامل با گردشگران می‌تواند باعث همبستگی و همکاری بیشتر اعضای جامعه شود و احساس غرور و هویت فرهنگی را افزایش دهد. این امر موجب تقویت بافت اجتماعی عشایر در برابر فشارهای جهانی شدن می‌شود. ۵- ارائه تجربه‌های اصیل و یادگیری عمیق گردشگری عشایری امکان تجربه مستقیم سبک زندگی، فعالیت‌ها و رسوم عشایر را به گردشگران می‌دهد که با گردشگری انبوه متفاوت است.

این تجربه‌ها موجب گفتگوی فرهنگی معنادار و رشد شخصی گردشگران می‌شود. ۶- توسعه روستایی و زیرساخت‌ها گردشگری عشایری می‌تواند محرکی برای توسعه روستاها و جوامع عشایری باشد، با جذب سرمایه‌گذاری برای بهبود زیرساخت‌هایی مانند جاده، ارتباطات و بهداشت که هم برای گردشگران و هم برای ساکنان بومی مفید است.

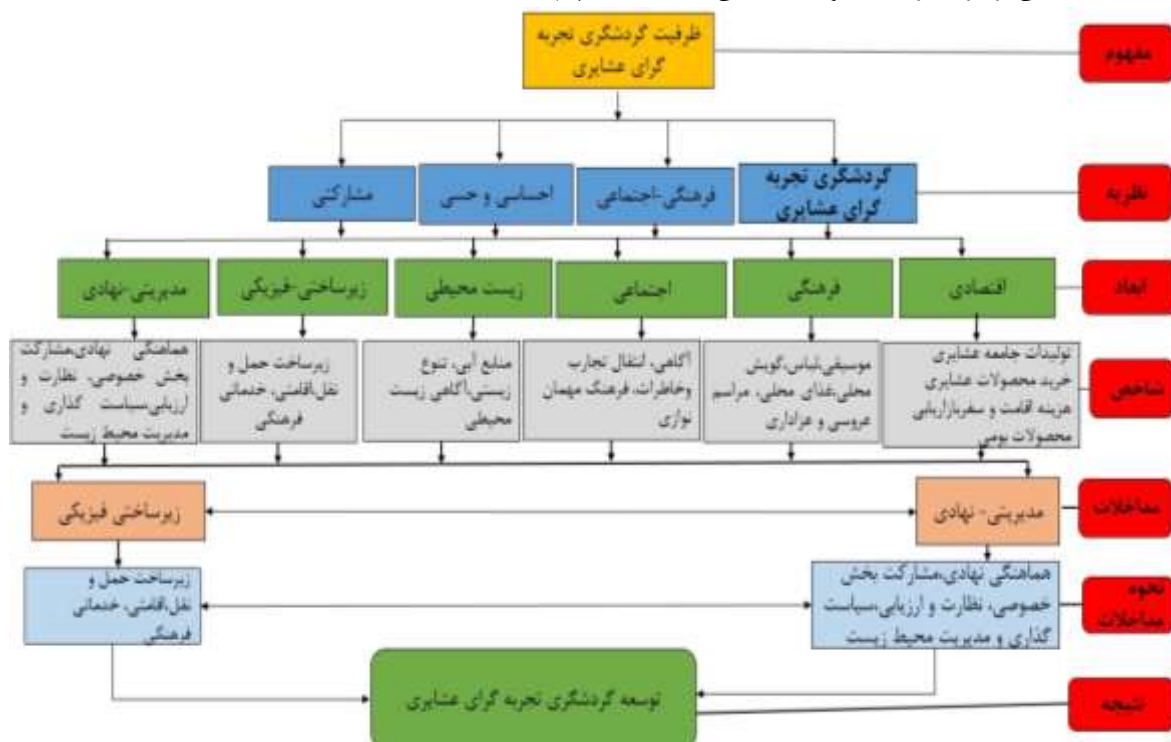
در این راستا جامعه عشایری ایران بخش جدایی ناپذیر محیط زیست است که به لحاظ شیوه‌ی معیشت، آداب و سنن، همزیستی با طبیعت و ویژگی‌های منحصر به فرد دیگر می‌تواند در مقوله گردشگری یک فرصت تلقی شود. بیشتر عشایر ایران در خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، ایلام، کرمانشاه، لرستان، اصفهان، فارس، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال بختیاری و خوزستان می‌باشند. در استان خوزستان شهرستان ایزه در عرصه عشایر پیشتاز است. شهرستان ایزه از نظر آب و هوایی خنک‌ترین شهر استان خوزستان است که علت آن را می‌توان قرار گرفتن این شهر در دشت میانکوهی وسیع در دامنه رشته کوه زاگرس و بارش برف در برخی نقاط مرتفع مشرف بر شهر و نیز وجود وسیع‌ترین پوشش جنگلی استان خوزستان در این منطقه است. جامعه عشایری شهرستان ایزه با برخوردای از غنای فرهنگی، آداب و رسوم کهن، شیوه زیست سنتی، مناظر طبیعی بکر و سبک زندگی کوچ نشینی، از ظرفیت‌های منحصر به فردی برای توسعه گردشگری تجربه‌گرا برخوردار است. این منطقه با وجود قابلیت‌های فراوان، تاکنون کمتر مورد توجه سیاست‌گذاران و فعالان بخش گردشگری قرار گرفته و پتانسیل‌های آن برای توسعه پایدار، به ویژه در قالب گردشگری نوین، کمتر شناخته و بهره‌برداری شده است. پرداختن به موضوع توسعه گردشگری تجربه‌گرا در این منطقه از چند جهت حائز اهمیت است: ۱- اقتصادی: تنوع بخشی به منابع درآمدی عشایر و کاهش وابستگی به دامداری سنتی از طریق معرفی فرصت‌های جدید معیشتی مانند فروش محصولات بومی، صنایع دستی و خدمات گردشگری؛ ۲- اجتماعی و فرهنگی: حفظ و احیای فرهنگ و سبک زندگی عشایری در قالب تجربه ارزشمند برای گردشگران و جلوگیری از فراموشی میراث ناملموس عشایر؛ ۳- اکولوژیک و زیست محیطی: تقویت رویکردهای گردشگری پایدار و کم‌تأثیر که با زیست بوم منطقه هم‌ساز است؛ ۴- برنامه‌ریزی منطقه‌ای: فراهم سازی مبنایی برای برنامه‌ریزی متوازن و مشارکتی در توسعه گردشگری بومی محور در مناطق کمتر توسعه یافته. این اساس و با توجه به ویژگی‌های گردشگری تجربه‌گرا هدف از پژوهش یافتن پاسخ این سؤال است که جامعه عشایری شهرستان ایزه برای توسعه گردشگری تجربه‌گرای عشایری در این مقصد از چه ظرفیت‌هایی برخوردار است؟

در زمینه موضوع پژوهش تاکنون شمس الدینی و همکاران (۱۴۰۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان شناسایی مهم‌ترین استراتژی توسعه گردشگری عشایری (مطالعه موردی: استان فارس) پرداختند. نتایج حاصل از شناسایی استراتژی بهینه در راستای توسعه گردشگری عشایر استان فارس نشان داد استراتژی تهاجمی (SO) به‌عنوان مناسب‌ترین استراتژی شناسایی شده و برای توسعه گردشگری عشایر، باید تأکید اصلی بر روی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی باشد. بسته نگار و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای تحت عنوان شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری خلاق در زندگی عشایر از نظر مهمان-میزبان (مطالعه موردی: ایل بختیاری استان خوزستان) پرداختند. نتایج بیانگر این است که از منظر میزبان صنایع دستی، غذا و آشپزی، معماری کوچ، آداب و رسوم و ادبیات به ترتیب مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری خلاق در زندگی عشایر هستند. کرمی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان عوامل انگیزشی مؤثر در توسعه گردشگری عشایری (مطالعه موردی: ایل قشقایی) پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین عوامل کششی و رانشی وجود دارد. در بین عوامل رانشی بالاترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به تجربه‌ی سبک زندگی عشایر، لذت بردن از یک شب زندگی در بین عشایر و آشنایی و کشف مکان‌های جدید می‌باشد. در بین عوامل انگیزشی کششی نیز جاذبه‌های لباس‌های محلی عشایر، موسیقی و رقص سنتی عشایر و وجود امنیت در مقصد به ترتیب از بالاترین اولویت‌ها برخوردار می‌باشند. خالقی (۱۴۰۰). در مقاله‌ای تحت عنوان شناسایی پیشران‌های کلیدی توسعه گردشگری عشایری (مطالعه موردی جشنواره منطقه عشایری قره قیه آذربایجان شرقی) پرداخته و نتایج حاصل از پژوهش متغیر «سوارکاری بانوان به‌عنوان قهرمان رقابت‌های سوارکاری جشنواره» و «نوستالژی به معنای احساسات مثبت برانگیخته‌شده و به‌عنوان یک عامل انگیزشی برای گردشگران جهت حضور در رویداد فرهنگی- ورزشی» در رتبه اول و دوم اثرگذاری قرار گرفته و بیشترین سهم را داشتند. همچنین رادنی<sup>۱</sup> (۲۰۲۵). در مقاله‌ای با عنوان سبک زندگی عشایری قبیله بلان در فیلیپین پرداخته است. نتایج چهار موضوع اساسی را به دست آورد که منعکس‌کننده تجربیات زیسته مردم عشایر است. دسترسی محدود به نیازهای اساسی، آسیب‌پذیری محیطی، فرصت‌های اقتصادی محدود و حاشیه‌نشینی اجتماعی. اوتاما و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۴). در مقاله‌ای تحت عنوان الگوهای فضایی گردشگری عشایری در روستای گانگو بالی پرداختند. هدف از این پژوهش شناسایی رفتار گردشگران عشایری در روستای

<sup>1</sup>Roddney, (2025).

<sup>2</sup>Utama et al, (2024).

کانگو بالی و توصیف الگوهای فضایی گردشگری در این منطقه است. ساری و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان گردشگری عشایر با استفاده از کمپروان به عنوان جاذبه گردشگری برای هزاره ها در بالی پرداختند. هدف از این مطالعه تمرکز بر گردشگری جایگزین است که می‌تواند توسط گردشگری عشایری برای هزاره ها با استفاده از یک کمپروان به عنوان یک جاذبه گردشگری برای سفر در بالی انجام شود. سیانپیر و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان استراتژی توسعه گردشگری عشایری در اولویت‌های فوق‌العاده مقاصد گردشگری لوبان باجو، اندونزی پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان دادند که در توسعه گردشگری اندونزی دولت دارای پنج استراتژی است که عبارت‌اند از: توسعه مقصد، توسعه صنعتی، توسعه نهادی، توسعه اقتصادی خلاقانه و توسعه بازاریابی. لینداواتی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان پتانسیل توسعه گردشگری عشایری مبتنی بر جامعه (مطالعه موردی کشور اندونزی در سه منطقه یوگیاکارتا) پرداختند. جوساری و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان ترجیحات گردشگران در انتخاب اقامتگاه‌های مبتنی بر گردشگری عشایری در منطقه باندونگ اندونزی پرداختند. نتایج مطالعه نشان داد که چهار عامل ترجیحی (عوامل فرهنگی، اجتماعی، شخصی و روان‌شناختی) برای گردشگران در انتخاب اقامتگاه‌های مبتنی بر گردشگری در باندونگ ريجنسی به یک اندازه مهم هستند.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

## روش شناسی

جامعه آماری به دلیل ماهیت پژوهش تمامی گردشگران عشایری است که در طی دوره انجام پژوهش از منطقه مورد مطالعه بازدید داشته‌اند. با توجه به نوسانات جمعیت و فقدان آمار دقیق از تعداد آن‌ها، جامعه آماری از نوع نامحدود در نظر گرفته شد. برای انتخاب حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود استفاده شده است که تعداد آن ۳۸۴ نفر را به عنوان نمونه اولیه برآورد می‌کند. به منظور افزایش دقت و جبران پرسشنامه‌های احتمالی ناقص، این تعداد به ۴۰۰ نفر افزایش یافته است. در پژوهش حاضر برای اطمینان از روایی پرسشنامه، از نظرات کارشناسان متخصص به تعداد ۸ نفر استفاده شد. برای سنجش پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن ۰/۹۳۹ بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی با

<sup>1</sup>Sari et al, (2022).

<sup>2</sup>Sianpir et al(2022).

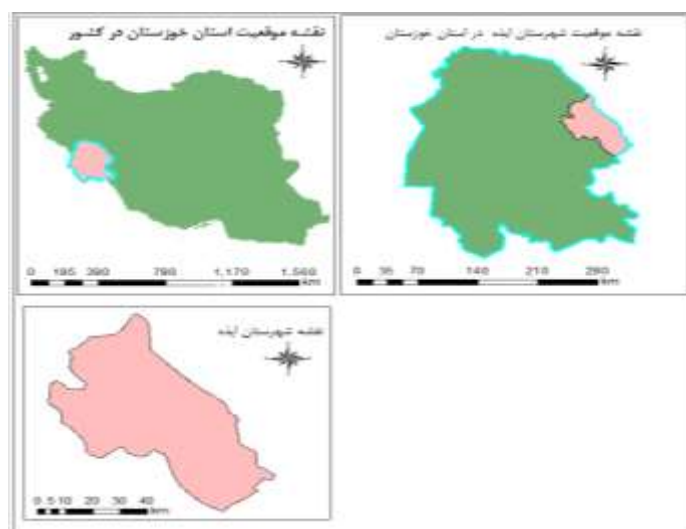
<sup>3</sup>Lindawati, et al(2020).

<sup>4</sup>Jousari, et al(2020).

استفاده از نرم‌افزار SPSS صورت می‌گیرد. برای استفاده از آزمونهای استنباطی، ابتدا نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این آزمون نشان داد که سطح معناداری برای تمامی شاخص‌ها کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین، داده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند و استفاده از آزمون‌های ناپارامتریک (دوجمله‌ای، فریدمن، یومن‌ویتنی، کروسکال-والیس و رگرسیون هم‌زمان) استفاده گردید.

## قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان ایذه بین ۵۰ درجه و ۲۲ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۳۱ درجه و ۱۳ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۲۴ دقیقه عرض شمالی از خط استوا، در شمال شرقی استان خوزستان واقع است. طبق آخرین تقسیمات کشوری، شهرستان ایذه با مساحتی در حدود ۳۸۶۳/۴ کیلومترمربع که ۶/۰۷ درصد از مساحت خوزستان را شامل می‌شود. ارتفاع متوسط شهرستان از سطح دریا ۷۶۴ متر و فاصله تا مرکز استان (اهواز) ۲۰۵ کیلومتر می‌باشد. شهرستان ایذه قطب عشایر استان خوزستان است و عشایر شهرستان‌های مسجد سلیمان، رامهرمز، هفتگل، آغاچاری، بهبهان، عشایر چهارمحال بختیاری از این منطقه گذر می‌کنند و به سمت قشلاق و ییلاق می‌روند. عشایر مسجدسلیمان، هفتگل، رامهرمز، شهرکرد که از شهرستان ایذه عبور می‌کنند از تیره چهارلنگ می‌باشند. این عشایر از دو مسیر عبور می‌کنند؛ یک ایلراه که به دزپارت معروف است و دیگری ایلراه بخش سوسن. طول دوره کوچ معمولاً از ۱۴ نوروز شروع می‌شود و حداکثر ۳۵ روز طول می‌کشد. عشایر کوچنده در شهرستان ایذه به درون کوچ و برون کوچ تقسیم می‌شوند (طول دوره کوچ در شهرستان ایذه ۱۴ روز به طول می‌انجامد و از ۱۵ اردیبهشت شروع می‌شود) که درون کوچ در داخل شهرستان صورت می‌گیرد و شامل ۱۰۳۷ خانوار بوده و اطراف شهرستان از جمله تردپ سوسن، کنف گله، کارتا، سلطان ابراهیم، کوه سفید و منگشت مستقر می‌شوند و به کوچ عمودی معروف است. برون کوچ که در خارج از شهرستان صورت می‌گیرد و به استان چهارمحال بختیاری، اردل (دینارون)، کوهرنگ (بازفت)، فارس (باباجدر) کوچ می‌کنند و به کوچ افقی معروف است و تعداد آنها ۱۴۸۶ خانوار است. تمام خانوارهایی که از شهرستان ایذه کوچ می‌کنند از ایل هفت لنگ هستند. جامعه عشایر از وسایلی برای کوچ که ضروری هستند استفاده می‌کنند که یکی از آنها سیاه چادر و چادر سفید است که سیاه چادر از پشم گوسفندان و توسط زنان عشایر بافته می‌شود و چادر سفید به صورت آماده در اختیار عشایر قرار داده می‌شود سیاه چادر در بین عشایر شهرستان ایذه مرسوم است و بیشتر عشایر از سیاه چادر استفاده می‌کنند به طوری که ۲۰۹۶ خانوار از سیاه چادر و ۴۲۷ خانوار از چادر سفید استفاده می‌کنند.



شکل ۲. نقشه موقعیت سیاسی شهرستان ایذه در کشور و استان خوزستان

## یافته‌ها و بحث

ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان در جدول شماره یک نشان می‌دهد که اکثریت افراد نمونه مرد و بیشتر در سن ۲۱ تا ۳۰ سال بوده‌اند. همچنین تحصیلات ۳۰ درصد از آنها، کارشناسی بوده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی جنسیت

| ویژگی                  | فراوانی | درصد فراوانی |
|------------------------|---------|--------------|
| جنسیت                  |         |              |
| زن                     | ۱۸۶     | ۴۶/۵         |
| مرد                    | ۲۱۴     | ۵۳/۵         |
| سن                     |         |              |
| کمتر ۲۰ سال            | ۷۵      | ۱۸/۸         |
| ۲۱ تا ۳۰ سال           | ۲۱۶     | ۵۴/۰         |
| ۳۱ تا ۴۰ سال           | ۶۴      | ۱۶/۰         |
| ۴۱ تا ۵۰ سال           | ۳۷      | ۹/۳          |
| ۵۱ سال و بیشتر         | ۸       | ۲/۰          |
| تحصیلات                |         |              |
| زیر دیپلم              | ۷۸      | ۱۹/۵         |
| دیپلم                  | ۱۰۷     | ۲۶/۸         |
| کاردانی                | ۴۵      | ۱۱/۳         |
| کارشناسی               | ۱۲۰     | ۳۰/۰         |
| کارشناسی ارشد و بالاتر | ۵۰      | ۱۲/۲         |
| جمع                    | ۴۰۰     | ۱۰۰          |

### ارزیابی میانگین هر شاخص

با توجه به جدول شماره ۲، تولیدات جامعه عشایری با میانگین ۳/۲۴ امتیاز بالایی را داراست و این نشان‌دهنده علاقه‌مندی گردشگران به تولیدات جامعه محلی است. دلیل اینکه گردشگران به این تولیدات علاقه‌مند هستند می‌تواند این باشد که این محصولات به‌صورت ارگانیک و بدون هیچ‌گونه مواد افزودنی تولید می‌شود و هم سو با طبیعت می‌باشد. از جمله دلایل دیگر اینکه گردشگران در جامعه عشایری می‌توانند خودشان این فعالیت‌ها را تجربه کنند مثلاً در تولید ماست، دوغ، کره حیوانی و... با عشایر مشارکت کنند. شاخص بعدی از بعد اقتصادی خرید محصولات عشایری است که میانگین آن برابر است با ۳/۱۴ می‌باشد و درصد تقریباً بالایی است که نشان‌دهنده این است که گردشگران علاقه به خرید محصولات عشایری را دارند. درصورتی که قیمت محصولات مشخص باشد و همچنین جامعه محلی نیز تمایل دارند که محصولات محلی خود را به گردشگران بفروشند و این روند باعث شناخته شدن محصولات آنان می‌شود. شاخص هزینه اقامت و سفر نیز با میانگین ۳/۰۲ درصد را به خودش اختصاص داده است و این نشان می‌دهد که هزینه اقامت و سفر در نواحی عشایری کم است خصوصاً هزینه اقامت در سیاه‌چادر عشایری تقریباً دریافت نمی‌شود. شاخص موسیقی محلی از بعد اقتصادی با میانگین ۳/۴۵ درصد را کسب کرده است که نشان‌دهنده علاقه گردشگر به تجربه این فعالیت و همچنین علاقه‌مندی عشایر به آموزش این نوای زیباست. همچنین این ساز و آوازه‌ها نماد فرهنگی جوامع محلی هستند که علاقه گردشگران را نسبت به آنان افزایش می‌دهد. شاخص بعدی از بعد اقتصادی گویش محلی است که میانگین آن برابر با ۳/۴۶ است، علاقه گردشگران به یادگیری گویش و زبان محلی تنها یک کنجکاوی ساده نیست و گردشگر تلاش می‌کند تا با یادگیری زبان محلی بیشتر با زندگی جامعه عشایر آشنا شود و حتی یادگیری زبان محلی باعث می‌شود مردم در جامعه محلی با آغوش بازتری از گردشگران پذیرایی کنند. لباس محلی از جمله شاخص دیگری از بعد اقتصادی است که میانگین آن برابر با ۳/۲۵ می‌باشد لباس محلی یک نماد برای جامعه عشایر است که گردشگران را به‌سوی خود جذب می‌کند. گردشگران به علت اینکه علاقه به پوشیدن لباس محلی و همچنین شیوه دوخت این لباس را دارند می‌تواند به‌عنوان یک ظرفیت بالقوه برای جامعه محلی تبدیل شود. شاخص کیفیت تجربه از بعد تجربه‌گرایی برابر با میانگین ۳/۲۴ می‌باشد به علت اینکه مواد اولیه در جامعه عشایری وابسته به طبیعت است و از منابع طبیعی مانند گوشت دام در مراتع طبیعی تهیه می‌شود. همچنین فرآورده‌های لبنی، روش پخت انواع نان باکیفیت بالا برای گردشگران دارای اهمیت است. همه این‌ها باعث شد که گردشگران نسبت به این فعالیت علاقه نشان دهند. شاخص تنوع تجربه‌ها از بعد تجربه‌گرایی با میانگین ۳/۴۳ است، گردشگران به علت اینکه در تجارب تنوع‌طلب هستند و علاقه دارند تجربه‌های مختلف مانند پیاده‌روی، نظاره کردن آسمان در شب، فعالیت‌های جمعی را تجربه نمایند، آنان به دنبال تجربه‌های جدید و ماجراجویی‌های تازه هستند تا به شناخت بهتری از نواحی عشایری دست یابند. شاخص غوطه‌وری از بعد تجربه‌گرایی با میانگین ۳/۵۶ است، گردشگران به علت اینکه تمایل دارند در جشن‌ها و مراسم جامعه عشایری شرکت کنند چون غوطه‌ور شدن با تجربه‌ها در جامعه عشایری حس تعلق خاطر را برای آنان بیشتر می‌کند و حتی به جامعه عشایر برای برگزار کردن هر چه بیشتر این آیین‌ها کمک می‌کند.

جدول ۲. توزیع میانگین هر شاخص

| ردیف | شاخص                   | میانگین | ردیف | شاخص                           | میانگین |
|------|------------------------|---------|------|--------------------------------|---------|
| ۱    | تولیدات جامعه عشایری   | ۳/۲۴    | ۱۸   | خاطره‌انگیزی تجربه             | ۳/۴۱    |
| ۲    | خرید محصولات عشایری    | ۳/۱۴    | ۱۹   | یادگیری و آموزش                | ۳/۲۷    |
| ۳    | هزینه اقامت و سفر      | ۳/۰۲    | ۲۰   | فعالیت‌های معیشتی              | ۳/۳۴    |
| ۴    | بازاریابی محصولات محلی | ۳/۲۴    | ۲۱   | همراه شدن با عشایر در کوچ      | ۳/۲۵    |
| ۵    | موسیقی محلی            | ۳/۴۵    | ۲۲   | تنوع زیستی                     | ۳/۳۷    |
| ۶    | گویش محلی              | ۳/۴۶    | ۲۳   | منابع آبی                      | ۳/۵۱    |
| ۷    | لباس محلی              | ۳/۳۵    | ۲۴   | آگاهی زیست‌محیطی               | ۳/۳۰    |
| ۸    | رقص محلی               | ۳/۴۶    | ۲۵   | زیرساخت فرهنگی                 | ۳/۲۸    |
| ۹    | مراسم                  | ۳/۴۸    | ۲۶   | زیرساخت اقامتی                 | ۲/۷۴    |
| ۱۰   | غذای محلی              | ۳/۲۵    | ۲۷   | زیرساخت خدماتی                 | ۲/۷۹    |
| ۱۱   | فرهنگ مهمان‌نوازی      | ۳/۳۴    | ۲۸   | زیرساخت حمل‌ونقل               | ۲/۷۶    |
| ۱۲   | انتقال تجارب و خاطرات  | ۳/۴۹    | ۲۹   | هماهنگی نهادی                  | ۲/۵۱    |
| ۱۳   | آگاهی                  | ۳/۳۱    | ۳۰   | مشارکت بخش خصوصی               | ۲/۴۱    |
| ۱۴   | کیفیت تجربه            | ۳/۲۴    | ۳۱   | توانمندسازی و آموزش            | ۳/۳۲    |
| ۱۵   | تنوع تجربه‌ها          | ۳/۴۳    | ۳۲   | نظارت و ارزیابی                | ۲/۴۲    |
| ۱۶   | اصالت تجربه            | ۳/۳۰    | ۳۳   | سیاست‌گذاری و مدیریت محیط‌زیست | ۲/۴۷    |
| ۱۷   | غوطه‌وری               | ۳/۵۶    |      |                                |         |

## آزمون دوجمله‌ای شاخص‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهد که در همه شاخص‌ها شرکت‌کنندگان نمره بالای ۳ داده‌اند که نشان می‌دهد آن‌ها به جنبه‌های مختلف موضوع مورد بررسی دیدگاه مثبتی دارند. به‌عنوان مثال در شاخص تولیدات عشایری ۴۰۰ نفر از گروه دوم بالاتر از ۳ نمره داده‌اند که نشان می‌دهد افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی از تولیدات عشایری حمایت می‌کنند. در شاخص هزینه اقامت و سفر ۹۸ درصد از افراد شرکت‌کننده نمره بالا به هزینه اقامت و سفر داده‌اند که نشان‌دهنده رضایت از خدمات اقامتی می‌باشد. در شاخص‌های یادگیری و آموزش، فعالیت‌های معیشتی، هر کدام ۴۰۰ نفر پاسخ مثبت در گروه دوم داده‌اند که نشان می‌دهد بین گروه‌ها نظرات یکسان است و سطح معناداری هم کمتر از ۰/۰۰۱ می‌باشد. در شاخص تنوع زیستی هم صد در صد شرکت‌کنندگان در نظرسنجی پاسخ بالای ۳ داده‌اند که بیان‌کننده علاقه‌مندی گردشگران به فعالیت‌های تنوع زیستی می‌باشد. در شاخص‌های زیرساخت اقامتی و زیرساخت خدماتی سطح معناداری در هر کدام ۰/۰۰۱ می‌باشد که نشان می‌دهد رابطه معنادار است. همچنین در زیرساخت اقامتی ۸۳ درصد و زیرساخت خدماتی ۹۷ درصد نمره بالاتر ۳ را به خود اختصاص داده‌اند که نشان می‌دهد در این زیرساخت‌ها رضایت گردشگران در مناطق عشایری را جلب نکرده و نیاز به تقویت زیرساخت‌ها در نواحی عشایری را دارد. در شاخص زیرساخت حمل‌ونقل ۰/۹۵ از افراد پاسخ مثبت داده‌اند و همچنین سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است و رابطه معنادار است؛ و عدم وجود زیرساخت نامناسب در نواحی عشایری است.

جدول ۳. آزمون دوجمله‌ای شاخص‌ها

| ردیف | متغیر                | طبقه | فراوانی | درصد | فراوانی مورد انتظار | معناداری برای فراوانی مورد انتظار |
|------|----------------------|------|---------|------|---------------------|-----------------------------------|
| ۱    | تولیدات جامعه عشایری | ۳=>  | ۰       | ۰/۰۰ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                      | ۳<   | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                      |      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۲    | خرید محصولات عشایری  | ۳=>  | ۷       | ۰/۰۲ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                      | ۳<   | ۳۹۳     | ۰/۹۸ |                     |                                   |
|      |                      |      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۳    | هزینه اقامت و سفر    | ۳=>  | ۸       | ۰/۰۲ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                      | ۳<   | ۳۹۲     | ۰/۹۸ |                     |                                   |
|      |                      |      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |

| ردیف | متغیر                  | طبقه     | فراوانی | درصد | فراوانی مورد انتظار | معناداری برای فراوانی مورد انتظار |
|------|------------------------|----------|---------|------|---------------------|-----------------------------------|
| ۴    | بازاریابی محصولات محلی | گروه اول | ۳=> ۱۱  | ۰.۳  | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۸۹  | ۰.۹۷ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۵    | موسیقی محلی            | گروه اول | ۳=> ۲۲  | ۰.۰۶ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۸  | ۰.۹۵ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۶    | گوش محلی               | گروه اول | ۳=> ۱۹  | ۰.۰۵ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۸۱  | ۰.۹۵ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۷    | لباس محلی              | گروه اول | ۳=> ۰   | ۰.۰۰ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۴۰۰  | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۸    | رقص محلی               | گروه اول | ۳=> ۲۱  | ۰.۰۵ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۹  | ۰.۹۵ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۹    | مراسم                  | گروه اول | ۳=> ۲۳  | ۰.۰۶ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۷  | ۰.۹۴ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۰   | غذای محلی              | گروه اول | ۳=> ۶   | ۰.۰۲ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۹۴  | ۰.۹۹ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۱   | فرهنگ مهمان‌نوازی      | گروه اول | ۳=> ۱۵  | ۰.۰۴ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۸۵  | ۰.۹۶ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۲   | انتقال تجارب و خاطرات  | گروه اول | ۳=> ۱۸  | ۰.۰۵ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۸۲  | ۰.۹۶ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۳   | آگاهی                  | گروه اول | ۳=> ۳۰  | ۰.۰۵ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۰  | ۰.۹۳ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۴   | کیفیت تجربه            | گروه اول | ۳=> ۲۲  | ۰.۰۶ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۸  | ۰.۹۵ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۵   | تنوع تجربه‌ها          | گروه اول | ۳=> ۰   | ۰.۰۰ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۴۰۰  | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۶   | اصالت تجربه            | گروه اول | ۳=> ۲   | ۰.۰۱ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۹۸  | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۷   | غوطه‌وری               | گروه اول | ۳=> ۲۲  | ۰.۰۶ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۷۸  | ۰.۹۵ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۸   | خاطره‌انگیزی تجربه     | گروه اول | ۳=> ۳۴  | ۰.۰۹ | ۰.۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۳۳۶  | ۰.۹۲ |                     |                                   |
|      |                        | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۱۹   | یادگیری و آموزش        | گروه اول | ۳=> ۰   | ۰.۰۰ | ۰/۰۵                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                        | گروه دوم | ۳< ۴۰۰  | ۱/۰۰ |                     |                                   |

| ردیف | متغیر                          | طبقه     | فراوانی | درصد | فراوانی مورد انتظار | معناداری برای فراوانی مورد انتظار |
|------|--------------------------------|----------|---------|------|---------------------|-----------------------------------|
| ۲۰   | فعالیت‌های معیشتی              | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۰       | ۰/۰۰ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۲۱   | همراه شدن با عشایر در کوچ      | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۳۶      | ۰/۰۹ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۶۴     | ۰/۹۱ |                     |                                   |
| ۲۲   | تنوع زیستی                     | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۰       | ۰/۰۰ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
| ۲۳   | منابع آبی                      | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۱۸      | ۰/۰۵ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۸۲     | ۰/۹۶ |                     |                                   |
| ۲۴   | آگاهی زیست‌محیطی               | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۲۵      | ۰/۰۶ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۷۵     | ۰/۹۴ |                     |                                   |
| ۲۵   | زیرساخت فرهنگی                 | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۳۷      | ۰/۰۹ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۶۳     | ۰/۹۱ |                     |                                   |
| ۲۶   | زیرساخت خدماتی                 | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۶۷      | ۰/۱۷ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۳۳     | ۰/۸۳ |                     |                                   |
| ۲۷   | زیرساخت اقامتی                 | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۱۳      | ۰/۰۳ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۸۷     | ۰/۹۷ |                     |                                   |
| ۲۸   | زیرساخت حمل‌ونقل               | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۱۹      | ۰/۰۵ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۸۱     | ۰/۹۵ |                     |                                   |
| ۲۹   | هماهنگی نهادی                  | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۳۴      | ۰/۰۹ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۶۶     | ۰/۹۲ |                     |                                   |
| ۳۰   | مشارکت بخش خصوصی               | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۱۲۶     | ۰/۳۲ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۲۷۴     | ۰/۶۹ |                     |                                   |
| ۳۱   | توانمندسازی و آموزش            | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۱۴      | ۰/۰۴ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۸۶     | ۰/۹۷ |                     |                                   |
| ۳۲   | نظارت و ارزیابی                | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۴۱      | ۰/۱۰ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۵۹     | ۰/۹۰ |                     |                                   |
| ۳۳   | سیاست‌گذاری و مدیریت محیط‌زیست | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |
|      |                                | گروه اول | ۴۵      | ۰/۱۱ | ۰/۵۰                | ۰/۰۰۱                             |
|      |                                | گروه دوم | ۳۵۵     | ۰/۸۹ |                     |                                   |
|      |                                | جمع      | ۴۰۰     | ۱/۰۰ |                     |                                   |

### آزمون فریدمن

بر اساس آزمون فریدمن مقدار درجه آزادی یا همان  $df$  برابر با ۳۳ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است. با توجه به جدول (۴-۱۰) شاخص‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که شاخص غوطه‌وری با ۲۱/۸۶ بالاترین رتبه را داراست؛ و به این معنی است که این متغیر نسبت به سایر شاخص‌ها برای شرکت‌کنندگان اهمیت بیشتری داشته است. دلیل آن این است که فرهنگ و تجارب برای گردشگران عشایری دارای ارزش بالایی است. در بعد تجربه‌گرایی شاخص غوطه‌وری با بالاترین رتبه را در بین تمام ۳۳ شاخص پژوهش کسب کرده است. این عدد بسیار بالاتر از حد متوسط (۳) بوده و نشان‌دهنده اهمیت حیاتی و فوق‌العاده این مؤلفه از دیدگاه گردشگران است. غوطه‌وری نه تنها بالاترین میانگین را دارد، بلکه فاصله معناداری با سایر شاخص‌ها ایجاد کرده است. این مفهوم هسته اصلی و جوهره گردشگری تجربه‌گرا را تشکیل می‌دهد و بالاترین سطح از تعامل با مقصد محسوب می‌شود. گردشگران امروزی دیگر به دنبال بازدیدهای سطحی، گذرا و از راه دور نیستند. آن‌ها از جایگاه یک تماشاگر یا ناظر خارج شده و می‌خواهند برای مدتی کوتاه، به یک کنشگر و عضو موقت جامعه میزبان تبدیل شوند. غوطه‌وری به گردشگر اجازه می‌دهد تا زندگی عشایری را از درون تجربه کند، نه اینکه صرفاً از بیرون به آن نگاه کند. این یعنی خوردن غذای محلی کنار خانواده عشایر، خوابیدن در سیاه‌چادر با همان امکانات، شنیدن صداهای طبیعت در شب و بیدار شدن با صدای دام‌ها. شرکت در جشن‌ها و مراسم سنتی (مانند عروسی، آیین‌های کوچ، جشن‌های برداشت محصول) بهترین و کامل‌ترین فرصت برای تحقق این غوطه‌وری است. در این مراسم، گردشگر از جایگاه یک تماشاگر منفعل خارج شده و به‌طور موقت عضوی از جامعه میزبان می‌شود، همراه آن‌ها می‌رقصد، می‌خندد و احساسات جمعی را تجربه می‌کند. پایین‌ترین شاخص نیز مربوط به نظارت و ارزیابی با میانگین ۱۰/۲۵ است. دلیل آن عدم هماهنگی بین ارگان‌ها و دستگاه‌ها می‌باشد. مقدار سطح معناداری نشان می‌دهد که آیا تفاوت‌های مشاهده شده بین متغیرها از لحاظ آماری معنادار است یا خیر. در اینجا، مقدار سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است که به این معنی است احتمال اینکه این تفاوت‌ها تصادفی باشد، کم است؛ بنابراین، نتیجه می‌گیریم که تفاوت بین متغیرها معنادار است.

جدول ۴. آزمون فریدمن برای شاخص‌های پژوهش

| ردیف         | شاخص                   | میانگین رتبه‌ها | ردیف | شاخص                           | میانگین رتبه‌ها |
|--------------|------------------------|-----------------|------|--------------------------------|-----------------|
| ۱            | توليدات جامعه عشایری   | ۱۷/۵۸           | ۱۸   | خاطره‌انگیزی تجربه             | ۱۹/۷۸           |
| ۲            | خرید محصولات عشایری    | ۱۶/۴۳           | ۱۹   | یادگیری و آموزش                | ۱۸/۰۰           |
| ۳            | هزینه اقامت و سفر      | ۱۵/۳۳           | ۲۰   | فعالیت‌های معیشتی              | ۱۹/۳۰           |
| ۴            | بازاریابی محصولات محلی | ۱۷/۸۵           | ۲۱   | همراه شدن با عشایر در کوچ      | ۱۸/۰۷           |
| ۵            | موسیقی محلی            | ۲۰/۰۵           | ۲۲   | تنوع زیستی                     | ۱۹/۴۲           |
| ۶            | گویش محلی              | ۲۰/۰۲           | ۲۳   | منابع آبی                      | ۲۰/۹۱           |
| ۷            | لباس محلی              | ۱۹/۱۹           | ۲۴   | آگاهی زیست‌محیطی               | ۱۸/۴۴           |
| ۸            | رقص محلی               | ۲۰/۳۶           | ۲۵   | زیرساخت فرهنگی                 | ۱۸/۳۸           |
| ۹            | مراسم                  | ۲۰/۶۵           | ۲۶   | زیرساخت اقامتی                 | ۱۳/۱۳           |
| ۱۰           | غذای محلی              | ۱۸/۲۲           | ۲۷   | زیرساخت خدماتی                 | ۱۳/۵۷           |
| ۱۱           | فرهنگ مهمان‌نوازی      | ۱۸/۹۶           | ۲۸   | زیرساخت حمل‌ونقل               | ۱۳/۳۲           |
| ۱۲           | انتقال تجارب و خاطرات  | ۲۰/۷۹           | ۲۹   | هماهنگی نهادی                  | ۱۰/۷۳           |
| ۱۳           | آگاهی                  | ۱۸/۳۷           | ۳۰   | مشارکت بخش خصوصی               | ۱۰/۴۰           |
| ۱۴           | کیفیت تجربه            | ۱۷/۸۶           | ۳۱   | توانمندسازی و آموزش            | ۱۸/۸۵           |
| ۱۵           | تنوع تجربه‌ها          | ۲۰/۱۰           | ۳۲   | نظارت و ارزیابی                | ۱۰/۲۵           |
| ۱۶           | اصالت تجربه            | ۱۸/۷۹           | ۳۳   | سیاست‌گذاری و مدیریت محیط‌زیست | ۱۱/۱۶           |
| ۱۷           | غوطه‌وری               | ۲۱/۸۶           |      |                                |                 |
| کا دو        |                        |                 |      |                                |                 |
| درجه آزادی   |                        |                 |      |                                |                 |
| سطح معناداری |                        |                 |      |                                |                 |
| ۱۴۹۲/۱۱۷     |                        |                 |      |                                |                 |
| ۳۳           |                        |                 |      |                                |                 |
| ۰/۰۰۱        |                        |                 |      |                                |                 |

## آزمون رگرسیون

جدول ۵. آماره تعیین رگرسیون هم‌زمان میان شاخص‌های پژوهش

| Durbin-Watson<br>(دوربین-واتسون) | Std.Error of the Estimate<br>(خطای معیار) | Adjusted R Square<br>(ضریب تعیین تصحیح‌شده) | R.Square<br>(ضریب تعیین) | R<br>(ضریب همبستگی چندگانه) |
|----------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| ۲/۰۸۵                            | ۱/۳۷۹                                     | ۰/۰۳۴                                       | ۰/۰۵۴                    | ۰/۲۳۳                       |

بررسی رابطه بین شاخص‌های پژوهش به‌وسیله تحلیل رگرسیون هم‌زمان نشان می‌دهد که مقدار R (ضریب همبستگی) برابر است با ۰/۲۳۳. پس رابطه بین متغیر مستقل و وابسته ضعیف است. مقدار ضریب تعیین هم ۰/۰۵۴ می‌باشد که این عدد بسیار کوچک است و نشان می‌دهد مدل توانایی کمی در پیش‌بینی متغیر وابسته دارد. خطای معیار برآورد هم برابر است با ۱/۳۷۹، پس عدد بالایی است که هرچقدر عدد پایین‌تر باشد مدل بهتر است و این مقدار نشان می‌دهد که نظرات به‌صورت پراکنده هستند. مقدار دوربین-واتسون برابر است با ۲/۰۸۵ و این نشان می‌دهد مشکلی بین همبستگی داده‌ها وجود ندارد و از نظر فروض مدل، وضعیت قابل قبول است چون مقدار ایدئال در این آمار بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد.

جدول ۶. تحلیل واریانس رگرسیون هم‌زمان خطی برای شاخص‌های پژوهش

| منبع تغییرات | مجموع مربعات | درجه آزادی | میانگین مربعات | F کمیت | سطح معناداری (sig) |
|--------------|--------------|------------|----------------|--------|--------------------|
| اثر رگرسیونی | ۳۹/۸۲۴       | ۳۴         | ۱/۱۷۱          | ۰/۶۱۶  | ۰/۰۹۴              |
| باقی‌مانده   | ۶۹۴/۵۵۳      | ۳۶۵        | ۱/۹۰۳          |        |                    |
| کل           | ۷۳۴/۳۷۷      | ۳۹۹        |                |        |                    |

در جدول ۶، خروجی آزمون تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA) ارائه شده است. مقدار f کمیت ۰/۶۱۶ در جدول خیلی کوچک است و نشان می‌دهد تغییراتی که مدل رگرسیون در متغیر وابسته ایجاد می‌کند بسیار کمتر از تغییرات تصادفی (باقی‌مانده‌ها) است؛ یعنی مدل قدرت توضیح دهنده‌گی بسیار پایینی دارد و سطح معنی‌داری هم بزرگ‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد و رابطه معنادار نیست.

جدول ۷. آماره‌های ضرایب مدل رگرسیونی هم‌زمان شاخص‌ها (متغیرهای مستقل)

| نام متغیر              | ضرایب غیراستاندارد<br>بتا | ضرایب استاندارد<br>خطای معیار | ضرایب استاندارد<br>بتا | T      | سطح معناداری | VIF<br>(میزان تورم واریانس) | Tolerance<br>(میزان تحمل) |
|------------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------|--------|--------------|-----------------------------|---------------------------|
| عرض از مبدأ a          | ۳/۲۷۹                     | ۰/۴۶۶                         | ۰/۰۴۰                  | ۷/۰۴۰  | ۰/۰۰۱        |                             |                           |
| تولیدات جامعه عشایری   | -۰/۰۰۶                    | ۰/۰۲۸                         | -۰/۰۱۵                 | -۰/۲۰۳ | ۰/۸۴۰        | ۰/۵۰۹                       | ۲/۱۴۱                     |
| خرید محصولات عشایری    | -۰/۰۴۱                    | ۰/۰۳۵                         | ۰/۰۸۷                  | ۱/۱۵۶  | ۰/۲۴۸        | ۰/۴۵۹                       | ۲/۱۸۰                     |
| هزینه اقامت و سفر      | -۰/۰۶۰                    | ۰/۰۳۲                         | -۰/۱۱۷                 | -۱/۸۸۷ | ۰/۰۶۰        | ۰/۶۴۵                       | ۱/۴۸۰                     |
| بازاریابی محصولات محلی | -۰/۰۱۹                    | ۰/۰۳۵                         | ۰/۰۴۲                  | ۰/۵۶۱  | ۰/۵۷۵        | ۰/۴۶۶                       | ۲/۱۴۴                     |
| موسیقی محلی            | -۰/۰۲۶                    | ۰/۰۵۶                         | -۰/۰۳۶                 | -۰/۴۵۷ | ۰/۶۴۸        | ۰/۴۱۶                       | ۲/۴۰۴                     |
| گویش محلی              | -۰/۰۱۸                    | ۰/۰۵۳                         | ۰/۰۲۷                  | ۰/۳۴۸  | ۰/۷۲۸        | ۰/۴۴۶                       | ۲/۲۴۰                     |
| لباس محلی              | -۰/۰۲۹                    | ۰/۰۲۹                         | ۰/۰۷۴                  | ۱/۰۰۳  | ۰/۳۱۶        | ۰/۴۸۱                       | ۲/۰۸۱                     |
| رقص محلی               | -۰/۰۲۳                    | ۰/۰۵۳                         | -۰/۰۳۳                 | -۰/۴۳۹ | ۰/۶۶۱        | ۰/۴۶۶                       | ۲/۱۴۶                     |
| مراسم                  | -۰/۰۶۴                    | ۰/۰۵۰                         | ۰/۰۹۵                  | -۱/۲۸۵ | ۰/۲۰۰        | ۰/۴۷۱                       | ۲/۱۲۲                     |
| غذای محلی              | -۰/۰۵۶                    | ۰/۰۳۸                         | -۰/۱۲۲                 | -۱/۴۸۵ | ۰/۱۳۸        | ۰/۳۸۵                       | ۲/۵۹۸                     |
| فرهنگ مهمان‌نوازی      | -۰/۰۳۰                    | ۰/۰۵۰                         | -۰/۰۴۰                 | -۰/۵۸۶ | ۰/۵۵۸        | ۰/۵۵۸                       | ۱/۷۹۱                     |
| انتقال تجارت و خاطرات  | -۰/۰۶۳                    | ۰/۰۵۱                         | ۰/۰۹۲۲                 | ۱/۲۴۸  | ۰/۲۱۳        | ۰/۴۷۳                       | ۲/۱۱۵                     |
| آگاهی                  | -۰/۰۰۱                    | ۰/۰۴۵                         | ۰/۰۰۱                  | ۰/۰۰۵  | ۰/۹۹۶        | ۰/۵۸۸                       | ۱/۷۰۱                     |
| کیفیت تجربه            | -۰/۰۲۳                    | ۰/۰۴۸                         | -۰/۰۳۱                 | -۰/۴۷۶ | ۰/۶۳۵        | ۰/۶۰۲                       | ۱/۶۶۲                     |
| تنوع تجربه‌ها          | -۰/۰۱۰                    | ۰/۰۳۳                         | -۰/۰۲۵                 | -۰/۳۰۷ | ۰/۷۵۹        | ۰/۳۹۷                       | ۲/۵۱۹                     |
| اصالت تجربه            | -۰/۰۲۹                    | ۰/۰۳۹                         | -۰/۰۴۸                 | -۰/۷۳۸ | ۰/۴۶۱        | ۰/۶۱۰                       | ۱/۶۴۰                     |
| غوطه‌وری               | -۰/۰۰۳                    | ۰/۰۵۳                         | -۰/۰۴۳                 | -۰/۵۶۱ | ۰/۵۷۵        | ۰/۴۴۱                       | ۲/۲۶۹                     |
| خاطره‌انگیزی تجربه     | -۰/۰۰۸                    | ۰/۰۵۰                         | ۰/۰۱۲                  | ۰/۱۵۴  | ۰/۸۷۸        | ۰/۴۰۳                       | ۲/۴۸۰                     |

|       |        |        |        |        |        |        |                                |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------------|
| ۳/۳۰۴ | -۰/۳۰۳ | -۰/۶۰۰ | -۰/۵۲۵ | -۰/۰۴۹ | -۰/۰۱۶ | -۰/۰۰۹ | یادگیری و آموزش                |
| ۲/۱۶۷ | -۰/۴۶۱ | -۰/۴۸۷ | -۰/۶۹۷ | -۰/۰۵۲ | -۰/۰۲۸ | -۰/۰۱۹ | فعالیت‌های معیشتی              |
| ۱/۹۲۷ | -۰/۵۱۹ | -۰/۸۴۸ | -۰/۱۹۲ | -۰/۰۱۴ | -۰/۰۴۶ | -۰/۰۰۹ | همراه شدن با عشایر در کوچ      |
| ۲/۷۸۲ | -۰/۳۶۰ | -۰/۹۱۲ | -۰/۱۱۱ | -۰/۰۰۹ | -۰/۰۳۳ | -۰/۰۰۴ | تنوع زیستی                     |
| ۲/۱۰۷ | -۰/۴۷۵ | -۰/۴۸۵ | -۰/۶۹۹ | -۰/۰۵۲ | -۰/۰۵۲ | -۰/۰۳۶ | منابع آبی                      |
| ۱/۵۹۷ | -۰/۶۲۶ | -۰/۶۴۳ | -۰/۴۶۵ | -۰/۰۳۰ | -۰/۰۴۷ | -۰/۰۲۲ | آگاهی زیست‌محیطی               |
| ۱/۸۶۵ | -۰/۵۶۳ | -۰/۹۲۷ | -۰/۰۹۱ | -۰/۰۰۶ | -۰/۰۴۶ | -۰/۰۰۴ | زیرساخت فرهنگی                 |
| ۱/۹۷۹ | -۰/۵۰۵ | -۰/۳۳۲ | -۰/۹۷۱ | -۰/۰۷۰ | -۰/۰۴۹ | -۰/۰۴۷ | زیرساخت اقامتی                 |
| ۲/۷۵۸ | -۰/۳۶۳ | -۰/۶۳۱ | -۰/۴۸۱ | -۰/۰۴۱ | -۰/۰۴۳ | -۰/۰۲۱ | زیرساخت خدماتی                 |
| ۲/۸۵۷ | -۰/۳۵۰ | -۰/۵۶۸ | -۰/۵۷۲ | -۰/۰۴۹ | -۰/۰۴۱ | -۰/۰۲۴ | زیرساخت حمل‌ونقل               |
| ۲/۸۳۸ | -۰/۳۵۲ | -۰/۳۷۸ | -۰/۸۸۲ | -۰/۰۷۶ | -۰/۰۴۲ | -۰/۰۳۷ | هماهنگی نهادی                  |
| ۲/۴۲۰ | -۰/۴۱۳ | -۰/۱۱۶ | -۱/۵۷۷ | -۰/۱۲۵ | -۰/۰۵۱ | -۰/۰۸۰ | مشارکت بخش خصوصی               |
| ۱/۳۶۲ | -۰/۷۳۴ | -۰/۳۷۱ | -۰/۸۹۵ | -۰/۰۵۳ | -۰/۰۲۷ | -۰/۰۲۵ | توانمندسازی و آموزش            |
| ۳/۰۲۶ | -۰/۳۳۱ | -۰/۹۸۱ | -۰/۰۲۴ | -۰/۰۰۲ | -۰/۰۴۱ | -۰/۰۰۱ | نظارت و ارزیابی                |
| ۲/۷۶۵ | -۰/۳۶۲ | -۰/۷۵۴ | -۰/۳۱۳ | -۰/۰۲۷ | -۰/۰۳۷ | -۰/۰۱۲ | سیاست‌گذاری و مدیریت محیط‌زیست |

در جدول ۷، همه شاخص‌ها سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ دارند و فقط عرض از مبدأ دارای سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و این بدان معناست که در مدل رگرسیون، تنها عرض از مبدأ به‌طور معناداری با متغیر وابسته مرتبط است. سایر متغیرها معنادار نیستند یعنی تأثیر آن‌ها بر متغیر وابسته از نظر آماری قابل قبول نیست. مقدار ضرایب استاندارد و غیراستاندارد نشان‌دهنده تغییر در متغیر وابسته به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل است و در ضریب استاندارد امکان مقایسه تأثیر متغیرها با یکدیگر را فراهم می‌کند. در این جدول، هیچ‌یک از متغیرها ضرایب استاندارد بزرگ بالای ۰/۰۳ ندارند که نشان می‌دهد تأثیر آن ضعیف است؛ و مقدار  $t$  در جدول نشان می‌دهد که همه متغیرها از نظر آماری معنی‌دار نیستند، یا حتی مقادیر نزدیک به صفر نشان می‌دهد که تأثیر این متغیرها بسیار ضعیف و غیرقطعی است.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف بررسی ظرفیت‌های توسعه گردشگری تجربه‌گرا در نواحی عشایری شهرستان ایزه انجام شد. یافته‌های پژوهش تصویری روشن از وضعیت موجود، ظرفیت‌ها، چالش‌ها و اولویت‌های توسعه گردشگری تجربه‌گرا در این منطقه ترسیم کرد. بررسی وضعیت موجود عشایر شهرستان ایزه نشان داد که این جامعه از فرهنگ غنی و اصیل، ساختار اجتماعی منسجم و اقتصاد مبتنی بر دامداری سنتی برخوردار است. عشایر این منطقه با الگوی کوچ فصلی بین بیلاق و قشلاق در حرکت هستند و دارای میراث فرهنگی ارزشمندی شامل موسیقی، رقص، لباس، گویش، مراسم و آیین‌های متنوع می‌باشند. بااین‌حال، اقتصاد تک‌محصولی و وابسته به شرایط اقلیمی، آسیب‌پذیری بالایی دارد و جامعه عشایری با چالش‌های جدی در حوزه آموزش، زیرساخت‌ها و دسترسی به خدمات پایه مواجه است. تحلیل یافته‌های پرسشنامه گردشگران نشان داد که مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تجربه‌گرا در ایزه، به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: غوطه‌وری در فرهنگ عشایری، منابع آبی بکر و انتقال تجارب و خاطرات. این موضوع با نتایج تحقیق بسته نگار و همکاران (۱۴۰۲) و کرمی و همکاران (۱۴۰۰)، لینداواتی و همکاران (۲۰۲۰) و جوساری و همکاران (۲۰۲۰)، در یک راستا می‌باشد. گردشگران به دنبال زندگی کردن فرهنگ عشایری هستند، نه صرفاً دیدن آن. آن‌ها می‌خواهند در سیاه‌چادر بخوابند، غذای محلی بخورند، در مراسم شرکت کنند، با عشایر برقصند، گویش محلی را یاد بگیرند و مهم‌تر از همه، پای صحبت ریش‌سفیدان بنشینند و داستان‌های نسل‌ها را بشنوند. بررسی وضعیت استفاده از ظرفیت‌های گردشگری تجربه‌گرا نشان داد که این وضعیت دوگانه و نابرابر است. از یک‌سو، ظرفیت‌های فرهنگی، اجتماعی و تجربه‌گرایانه که مبتنی بر سرمایه‌های انسانی و اجتماعی هستند، به‌طور خودجوش و نسبتاً مطلوب در حال عرضه می‌باشند. همچنین آزمون دوجمله‌ای با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ برای تمام شاخص‌ها، تأیید کرد که دیدگاه گردشگران نسبت به این ظرفیت‌ها مثبت و معنادار است. شاخص‌های تنوع تجربه‌ها، تنوع زیستی، لباس محلی و فعالیت‌های معیشتی حتی موفق به کسب ۱۰۰٪ پاسخ مثبت

از سوی گردشگران شده‌اند. این موارد در مقالات اوتاما و همکاران (۲۰۲۴) و ساری و همکاران (۲۰۲۲) نیز مورد توجه قرار گرفته است. از سوی دیگر، ظرفیت‌های زیرساختی و مدیریتی که وابسته به برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و هماهنگی بین‌بخشی هستند، در وضعیت بسیار نامطلوبی قرار دارند. همچنین ظرفیت‌های اقتصادی باوجود پتانسیل بالا، به دلیل مشکلات ساختاری مانند نبود قیمت‌گذاری شفاف، بسته‌بندی نامناسب و نبود بازارچه‌های محلی، به‌صورت بالفعل درنیامده‌اند. این مسئله در پژوهش شمس الدینی و همکاران (۱۴۰۳) و سیانپیر و همکاران (۲۰۲۲) نیز مورد تاکید قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های پژوهش، راهکارهای توسعه گردشگری تجربه‌گرا در ایزه باید در چهار محور اصلی دنبال شود. محور اول، تمرکز بر مثلث طلایی جذابیت یعنی غوطه‌وری در فرهنگ، منابع آبی و انتقال تجارب و خاطرات است. این محور شامل ایجاد کمپ‌های بومی با حفظ معماری اصیل سیاه‌چادر، طراحی تورهای مشارکتی در مراسم و آیین‌های عشایری، برگزاری کارگاه‌های آموزش موسیقی، رقص و گویش محلی، فراهم کردن امکان پوشیدن لباس محلی، ایجاد مسیرهای دسترسی مناسب به آبشارها و چشمه‌ها و شناسایی راویان برتر برای قصه‌گویی می‌شود. محور دوم، توسعه زیرساخت‌های پایه شامل بهبود جاده‌های دسترسی، تأمین آب آشامیدنی سالم، ایجاد پوشش اینترنت و ارتقای کیفیت اقامتگاه‌های بومی با حفظ اصالت است. محور سوم، تقویت مدیریت و نهادسازی از طریق ایجاد دبیرخانه دائمی توسعه گردشگری عشایری، تهیه طرح جامع، تدوین مقررات حفاظتی و استقرار سیستم نظارت مشارکتی می‌باشد. محور چهارم، توانمندسازی جامعه محلی و ساماندهی اقتصاد گردشگری از طریق برگزاری دوره‌های آموزش مهارت‌های گردشگری، ایجاد تعاونی‌های عشایری، آموزش بازاریابی دیجیتال، توانمندسازی زنان عشایر، ایجاد بازارچه‌های محلی با قیمت‌گذاری شفاف، طراحی بسته‌بندی مناسب و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است. در انتها مهمترین محدودیت پژوهش حاضر، دسترسی به جامعه عشایر جهت تکمیل پرسشنامه و انجام مصاحبه بوده است؛ اما توجه به گردشگری تجربه‌گرا از ابعاد مختلف، در جامعه عشایری با داشتن پتانسیلهای فراوان، مهمترین نوآوری پژوهش حاضر می باشد.

## سپاسگزاری

این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه گیلان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه جغرافیا می باشد که به راهنمایی مشترک دکتر علی حاجی نژاد و دکتر مهدی حسام انجام گرفته است.

## منابع

- بسته نگار، مهرنوش و آذرب، آناهیتا (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری خلاق در زندگی عشایر از منظر میهمان-میزبان (مطالعه موردی: ایل بختیاری استان خوزستان). گردشگری اوقات فراغت، ۹، (۱۷): ۲۱-۴۴.
- [https://tlj.usc.ac.ir/article\\_197408.html](https://tlj.usc.ac.ir/article_197408.html) 10.22133/tlj.2024.440781.1151
- پورسعید، محمدمهدی؛ کاظمی، مهدی و جهانشاهی، مرضیه (۱۴۰۰). پدیدارشناسی تجربه زیسته گردشگران خلاق (مورد مطالعه: گردشگری خلاق با محوریت عشایر استان کرمان). فصل‌نامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، ۱۰(۲۷)، ۱۲۳-۱۵۱.
- [https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article\\_3409.html](https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_3409.html) 10.22080/jtpd.2021.21090.3500
- خالقی، عقیل (۱۴۰۰). آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ورزقان). فصل‌نامه علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۴۲): ۱۳۷-۱۵۳.
- [https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article\\_3937.html](https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_3937.html) 10.30495/jzpm.2021.3937
- زارعی کردشولی، فاطمه و گل محمدی، میلاد (۱۴۰۴). نقش کوچ عشایر در منظر فرهنگی ایل راه‌های قشقای یورد بر گردشگری پایدار (مطالعه موردی: طایفه کردشولی ایل قشقای). نهمین کنگره بین‌المللی سالانه یافته‌های نوین در علوم کشاورزی و منابع طبیعی، محیط‌زیست و گردشگری. [https://www.openaccess.ir/c/newconf9/paper\\_1503148](https://www.openaccess.ir/c/newconf9/paper_1503148).
- شمس الدینی، علی و جمینی، داوود (۱۴۰۳). شناسایی مهم‌ترین استراتژی توسعه گردشگری عشایر (مطالعه موردی: استان فارس). فصل‌نامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۳(۱۷): ۲۷-۱۳.
- [https://jurs.znu.ac.ir/article\\_717724\\_ab103a07b291600e807f0d7ec08c6208.pdf](https://jurs.znu.ac.ir/article_717724_ab103a07b291600e807f0d7ec08c6208.pdf)
- <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2037659.1207>

- فرهادی یونکی، مجید و جهانیان، منوچهر (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای مؤثر گردشگری تجربه محور در جاذبه‌های فرهنگی خلاق (مطالعه موردی: شهر تهران). فصل‌نامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، ۱۰(۳۶): ۹۹-۱۲۲.  
[https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article\\_4377.html](https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_4377.html) 10.22080/jtpd.2023.23734.3710
- قاسمی، مریم و حامد فر، سعید (۱۴۰۱). چالش‌های پیش روی کارآفرینان عشایر (مطالعه موردی: اقامتگاه‌های بوم گردی عشایر قشقایی استان فارس). پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری، ۱۱(۱): ۶۳-۷۵.  
[https://journal.iransaei.ir/article\\_168070.html](https://journal.iransaei.ir/article_168070.html) 10.22034/eir.2023.168070
- کرمی، فریبا؛ اکبریان رونیزی، سعیدرضا و جباری ارخلو، افسانه (۱۴۰۰). بررسی عوامل انگیزشی مؤثر در توسعه گردشگری عشایر (مطالعه موردی: ایل قشقایی). فصل‌نامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳۷): صص ۳۹-۶۳.  
[https://journals.umz.ac.ir/article\\_3406.html](https://journals.umz.ac.ir/article_3406.html) 10.22080/jtpd.2021.21024.3489
- کریم زاده، حسین؛ قنبری، ابوالفضل و هاشمی امین، سمیرا (۱۴۰۲). تحلیلی بر عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق و رفتار آتی گردشگران روستایی و عشایر منطقه ارسباران. نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۷(۸۴): ۱۲۱-۱۳۰.  
[https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article\\_14612.html](https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_14612.html) 10.22034/gp.2023.14612
- منوچهری، فاطمه؛ احمدوند، معصومه؛ کوراوند، حسین و کیان پور، مهتاب (۱۴۰۴). شناسایی و تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های توسعه کسب و کار در قلمروهای عشایری ایران: یک مطالعه ترکیبی، مطالعات برنامه ریزی قلمرو کوچ نشینان، دوره ۵، شماره دو، صص ۳۳-۴۴.  
[https://www.jsnap.ir/article\\_237098.html](https://www.jsnap.ir/article_237098.html) 10.22034/jsnap.2025.554756.1127
- میرتقیان رودسری، سید محمد (۱۴۰۱). گونه شناسی گردشگران و محصولات گردشگری مبتنی بر منابع و ظرفیتهای جامعه و مناطق عشایری، مطالعات برنامه ریزی قلمرو کوچ نشینان، دوره دوم، شماره دوم، صص ۱۰۵-۱۲۶.  
[https://www.jsnap.ir/article\\_169204.html](https://www.jsnap.ir/article_169204.html) 10.22034/jsnap.2023.389489.1052
- نعمتی، ولی؛ ضیائی، محمود؛ فقیهی، ابوالحسن و طهماسبی، اصغر (۱۴۰۰). تحلیل کیفی مؤثر بر پایداری معیشتی و توسعه گردشگری در مناطق عشایری (مطالعه موردی: عشایر شاهسون). فصل‌نامه علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳۹): ۷-۲۹.  
[https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article\\_3620.html](https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_3620.html) 10.22080/jtpd.2022.21910.3578
- Aarabe, M., Bouizgar, M., Ben Khizzou, N., Alla, L., & Benjelloun, A. (2026). Experiential marketing in tourism: a systematic review of paradigms, mechanisms and experiential outcomes. *Cogent Business & Management*, 13 (1), 2658263. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2026.2658263>.  
<https://doi.org/10.1080/23311975.2026.2658263>
- Chen, F. Xu, H. & Lew, A. A. (2020). Livelihood resilience in tourism communities: The role of human agency. *Journal of Sustainable Tourism*, , 28, 606-624. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2019.1694029>.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1694029>
- Dimitrova, M. G. (2023). *Experiential Tourism*. Publisher: WASP/ Whistleblowers Aid Support Port e c t i o n . [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.researchgate.net/publication/372627292\\_Experiential\\_Tourism&ved=2ahUKEwjsgOCdr-iUAXzQvEDHdepAk8QFnoECB0QAQ&usq=AOvVaw3p8luCcXdbt1fL\\_KFn4WnR](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.researchgate.net/publication/372627292_Experiential_Tourism&ved=2ahUKEwjsgOCdr-iUAXzQvEDHdepAk8QFnoECB0QAQ&usq=AOvVaw3p8luCcXdbt1fL_KFn4WnR)
- Faumuina, j. (2024). Transformative tourism: introducing the experiential cultural tourism model as an innovative means to cultivate resilient ends for cofa nations. *Cultural tourism in the asia pacific*, 183-202. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-63459-8\\_12](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-63459-8_12). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-63459-8\\_12](https://doi.org/10.1007/978-3-031-63459-8_12)
- Jokom, R., Samuel, H., & Wijaya, S. (2025). Sustainable tourism experiences: the role of digital technology and government support in creating tourists' memorable experiences. *Cogent Business & Management*, 12 (1), 2482026. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2025.2482026> . <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2482026>
- Kuster, L. & Vali, N. (2024). A netnographic study to understand the determinants of experiential tourism destinations. *Humanities & social sciences communications*. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.nature.com/articles/s41599-024-03156-5>. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03156-5>.
- Liang, A. R. D. (2022). Consumers as co-creators in community-based tourism experience: Impacts on their motivation and satisfaction. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2034389. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2022.2034389>. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2034389>

- Lin, J. H., Fan, D. X., Tsaur, S. H., & Tsai, Y. R. (2021). Tourists' cultural competence: A cosmopolitan perspective among Asian tourists. *Tourism Management*, 83, 104207. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517720301333>. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104207>
- Lindawati, L. Damayanti, A. Putri, D. H. (2021). The Potential of Community- Based Nomadoc tourism Development: Insight from Three Case Study in Yogyakarta. *Journal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*. ISSN: 2580-863X 2597-7768(e); 5. (1), 135-162. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JPMI/article/view/051-06>.
- Martinez martinez de carnero calzada, F. (2025). Experiential tourism: a conceptual and functional analysis. *Tourism and heritage: shaping sustainable and innovative futures*. 86-73. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.researchgate.net/publication/392081539\\_Experiential\\_Tourism\\_A\\_Conceptual\\_and\\_Functional\\_Analysis](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.researchgate.net/publication/392081539_Experiential_Tourism_A_Conceptual_and_Functional_Analysis). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-81485-3-4>.
- Saeed, H.& Al Atrees, M. A. (2024). Developing new forms of tourism based intangible cultural heritage and creativity in egypt. *Journal of cultural Heritage Management and Sustainable Development*. 15(4), 848-859. <https://www.sciencedirect.com/org/science/article/abs/pii/S204412662400004X>. <https://doi.org/10.101108/JCHMSD-062023-0099>.
- Sari, R. J. Suarmana, W. R. (2022). Trends of Nomadic Tourism Using Campervan as A Tourism Attraction for Millenials to Travel in Bali. *Tourism Research Journal*, E- ISSN: 2598-9839,6(2). <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://trj.iptrisakti.ac.id/index.php/trj/article/download/182/102>. <https://doi.org/10.30647/trj.v6i2.182>
- Sotomayor, S. Arroyo, C. G. Barbieri, C. (2019). Tradition and modernity side- by- side experiential tourism among qeshua communities. *Journal of tourism and cultural change*. 17(4), 1-17. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14766825.2019.1591683>. <https://doi.org/10.1080/14766825021901591683>
- Terziyska, L. (2024). Drivers of memorable wine tourism experiences- a netnography study. *Wine Economics and Policy*, 13 (1), 17 - 31. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://oaj.fupress.net/index.php/wep/article/view/14433>. <https://doi.org/10.36253/web-14433>
- Utama, C. P. & Nuryanti, W. (2024). Spatial Patterns of Nomad Tourism in Canggu Village Bali. *Inersia informasi dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur* 20(2), 286-299. [https://www.researchgate.net/publication/391201354\\_Spatial\\_Patterns\\_of\\_Nomad\\_Tourism\\_in\\_Canggu\\_Village\\_Bali](https://www.researchgate.net/publication/391201354_Spatial_Patterns_of_Nomad_Tourism_in_Canggu_Village_Bali). DOI: 10.21831/inersia.v20i2.73224
- Wu,D. Li, K. Ma, J. Wang, E. & Zhu, Y. (2022). How Does Tourist Experience Affect Environmentally Responsible Behavior? *Sustainability*, 14. (2), 1-18. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/2/924>. <https://doi.org/10.3390/su14020924>